

Tra le finalità degli impegni 2019/2010 della Campagna Italia in Classe A, il consolidamento dei risultati raggiunti negli anni precedenti e la sperimentazione di strumenti di comunicazione che, nel rispetto della completezza, trasparenza, correttezza delle informazioni divulgate, affrontino in chiave innovativa il raggiungimento della più larga parte della popolazione, con messaggi che esaltino la consapevolezza del ruolo che ciascuno può interpretare, inducendo ad un protagonismo attivo e informato, che accompagni e faciliti la transizione energetica verso la sostenibilità economica ambientale e sociale.

Un ruolo importante è quello degli Opinion Leader, definiti e individuati sulla base di parametri certi e verificabili. Istituzioni, associazioni, imprese e soggetti -non attivi nella filiera energetica- autorevoli nel loro settore di attività. Autorevolezza misurata sulla base del numero di clienti, associati, utenti e sulla reputazione per l'attenzione ai temi della sicurezza, dell'ambiente della sostenibilità sociale. La scelta di questa linea di attività e l'invito agli Opinion Leader così individuati, è scaturita per rafforzare le azioni di promozione e informazione svolte da ENEA e ampliare la platea dei quattro segmenti di popolazione (under 24, over 65, popolazione attiva e popolazione vulnerabile in condizione di povertà energetica) destinatari dei messaggi. Siamo certi che i messaggi da loro veicolati saranno accolti con apertura e fiducia da chi dagli stessi ricevono servizi affidabili.